



# 양자암호 공들이는 박정호 사장

**양자정보통신포럼 창립식 참석**  
양자산업 2030년 400조 전망  
박정호 “미국과 기술격차 4년”  
美 허드슨 허먼 연구원에  
미중 무역분쟁 우려 표해



17일 서울 여의도 국회 의원회관에서 열린 국회 양자정보통신포럼 창립식 및 미국 허드슨 연구소 아서 허먼 박사 초청 특별대담에서 박정호 SK텔레콤 사장이 축사하고 있다. /뉴스1

박정호 SK텔레콤 사장이 양자암호 기술의 중요성을 강조했다. 400조원 규모로 성장할 것으로 기대되는 양자산업 활성화를 위해 국회와 기업, 정부도 나서기로 했다.

17일 국회 과학기술정보방송통신위원회 소속 변재일 의원(더불어민주당)과 김성태 의원(자유한국당)은 서울 여의도 국회 의원회관에서 국회 양자정보통신포럼 창립식을 공동개최했다.

과학기술정보통신부에 따르면, 양자산업은 오는 2030년까지 전세계적으로 약 400조원의 시장 규모를 형성할 것으로 전망된다. 그러나 국내 기업이나 연구기관이 확보한 양자컴 관련 기술은 세계 주요국가에 비해 약 4년정도 뒤쳐진 수준이라는 평가를 받고 있다.

양자정보통신은 양자의물리학적 특성을 정보통신기술(ICT)에 적용해 데이터의 초고속 처리, 정밀수집, 안전전송을 하는 차세대 기술이다. 보안이 중요한 5세대(5G) 이동통신 시장에서 신산업·신성장 동력으로 평가받는다.

이미 유럽, 미국, 일본, 중국 등 주요국은 10년 전부터 중장기적 관점에서 양자정보통신 관련 정책을 수립하고 예산을 투입하고 있다. AT&T, NTT도코모, 도이치텔레콤, IBM, 구글, MS 등 글로벌 대기업들도 연구·개발(R&D) 투자를 늘리고 있다. 대표적으로 미국은 연평균 4766억원, EU는 2400억원, 중국은 2913억원을 투자하고 있다.

마켓 리서치 미디어에 따르면, 국내 양자정보통신 시장은 2025년 약 1조 4000억원, 글로벌 시장 규모는 약 26조 9000억원에 달할 것으로 전망된다. 국

내에서는 2016년 하반기 ‘양자정보통신 중장기 기술개발’ 사업의 투자 확대를 추진했으나 예비타당성조사 미시행으로 현재 답보 상태다.

기업 중에서는 SK텔레콤이 적극적으로 나서고 있다. SK텔레콤은 2011년 국내 대기업 가운데 처음 양자기술연구소 설립했으며, 2013년에는 주요 양자암호통신 장비들을 국산화했다. 올초에는 세계 1위 스위스 양자암호통신기업 IDQ를 약 700억원에 인수한 바 있다.

이날 행사에 참가한 박정호 SK텔레콤 사장은 “2017년 기준으로 최고 기술 보유국인 미국 대비 약 4년의 기술 격차가 나타나고 있다”며 “현실적으로 중장기 연구에 대한 부담과 초기 시장의 불확실성 문제로 본격적 투자가 쉽지 않은 상황이다. 2016년 말 기준으로 R&D 투자 수준이 20개국 중 17위에 그친 것도 이 같은 현실을 반영한다”고 토로했다.

유영민 과학기술정보통신부장관 또한 “올해 R&D 예산이 지난해에 비해 60% 정도 늘어났지만 전체 금액으로 따지면 미미한 수준”이라며 “양자컴퓨터, 암호통신 등 각 분야의 핵심 원천과 상용기술 개발, 고급인력 양성 등 종합적 지원 방안을 담은 중장기 계획을 연내 수립해 관련 산업을 적극 육성하겠다”고 말했다.

정부와 기업의 호소에 국회는 포럼 창립으로 응했다. 국회 양자정보통신포럼은 공공기관과 산·학·연을 중심으로 운영위원회와 연구개발, 인력양성, 산업기반, 입법 네 개 분과 전문위원회 전문가들로 구성된다.

포럼 창립을 주도한 김성태 의원은 “향후 포럼에서 양자 분야의 연구과제 발굴과 상용화 방안을 모색해 나갈 것”이라며 “양자정보통신 분야 지원을 위한 입법화를 바로 진행하겠다”고 말했다.

한편, 이날 열린 대담에서 박정호 사장은 미·중 무역분쟁이 양자암호 시장에 끼칠 영향에 대해 우려하기도 했다. 박 사장은 아서 허먼 미국 허드슨 연구소 선임연구원에게 “스위스 IDQ에 투자하기 전 중국 투자자도 있었다”며 “요즘 화웨이 이슈를 보면 중국 주주가 있는 것이 괜찮을지, 중국 주주와 협상을 해서라도 내보내야 할지 고민이 된다”고 물었다.

양자암호통신 기술 확보를 위해 IDQ를 인수했지만, 최근 미·중 간의 무역 갈등으로 중국 자본이 있는 IDQ에 불이익이 있을지 우려한 것으로 풀이된다.

이에 허먼 박사는 “어려운 질문”이라며 “중국 투자자가 떠나준다면 미국과 상호협력에 훨씬 도움이 될 것”이라고 말했다. /김나인 기자 silkni@metroseoul.co.kr



이영호 롯데그룹 식품BU장(앞줄 왼쪽 세번째)이 직원들과 함께 ‘플라스틱 프리 챌린지’에 동참하고 있다. /롯데제과

## “플라스틱 줄여요” 롯데 CEO, 환경보호 솔선수범

**송용덕 롯데호텔&서비스 부회장**  
**플라스틱 프리 챌린지 캠페인 전파**  
**이원준 유통 BU장 바톤받고 릴레이**

롯데그룹 BU장과 계열사대표들이 플라스틱 제품 사용과 일회용품 쓰레기를 줄이기 위한 릴레이 친환경 캠페인 ‘플라스틱 프리 챌린지’에 동참하고 있다.

플라스틱 프리 챌린지는 세계자연기금(WWF)과 제주패스가 공동 기획한 플라스틱 저감 캠페인이다. 1회용 플라스틱 컵 대신 텀블러 등을 사용하는 사진을 소셜네트워크서비스(SNS)를 통해 인증하면 건당 1000원이 적립되고, 이 적립금으로 제작한 텀블러 판매 수익금을 제주도 환경보전활동과 세계자연기금 기부에 쓰는 활동이다.

17일 업계에 따르면 롯데그룹 내에서 플라스틱 프리 챌린지를 전파한 인물은 송용덕 롯데호텔&서비스BU장(부회장)이다. 송 부회장은 미래에셋대우 조웅기 부회장의 지목을 받아 지난 1일 임직원들과 함께 텀블러와 머그컵 등 친환경 제품을 사용한 후 롯데호텔 공식 페이스북에 인증했다. 이어 이원준 롯데유통BU장(부회장)과 신달순 용평리조트 대표를 다음 주자로 지목했다.

송 부회장의 지목을 받은 이원준 부회장은 지난 5일 임직원들과 함께 텀블러와 머그컵 등 친환경 제품을 사용하는 모습을 롯데백화점 공식 페이스북을 통해 인증했다. 그는 다음 주자로는 이영호 롯데그룹 식품BU장과, 김창수에프앤에프(F&F) 사장을 지목했다.

이영호 롯데그룹 식품BU장은 지난 7일 ‘플라스틱 프리 챌린지’ 캠페인에 동참하게 했으며, 이영구 롯데칠성음료 대표이사과 이경섭 삼양패키징 대표이사를 지목했다. 이후 이영구 대표이사, 조경수 롯데푸드 대표이사 등이 릴레이로 추천을 받아 챌린지에 동참했다.

한편 롯데그룹은 주요 계열사별 환경보호 운동도 하고 있다. 우선 기업문화위원회를 중심으로 국가적 재난으로 떠오른 미세먼지를 줄이기 위한 ‘미세먼지 프리’ 캠페인을 준비하고 있다. 사업장에서 발생하는 미세먼지와 이산화탄소를 줄이는 한편 야외 활동 근무자 보호를 위해 노력할 예정이다.

롯데유통BU 소속 계열사들은 지속적인 환경보호 활동을 펼치고 있다. 롯데백화점은 전국 25개 점포에서 샷데봉사단을 운영하며 하천정화활동 등을 진행하고 있고, 지난 설 명절부터 재활용 또는 생분해가 가능한 친환경 포장 방식의 선물세트를 운영하고 있다. 롯데마트는 국내 유통매장 최초로 태양광을 활용한 전기차 집중 충전소를 운영 중이다.

/박인용 기자 parkiu7854@

## “유통시장, 고객 변화 맞춰야... 힘 합쳐 유통강자로”

**임일순 홈플러스 대표 직원에 손편지**

업계 불황 등에 내부 결속 메시지  
고객·시장 빠른 변화에 대응 주문  
신선혁명 등 6가지 경영과제 제시

임일순 홈플러스 대표이사 사장이 최근 사내 게시판에 통해 자필로 쓴 ‘손편지’를 임직원에게 전하며 중점 경영과제를 공개했다.

A4용지 4매 분량의 편지에는 현재 유통업계 불황에 대한 자신의 평가와 반성, 그리고 앞으로의 과제가 담겨 있다. 특히 최근 대형마트 산업에 대한 위기가 커져가고 있다면서 이러한 현실 속에서도 홈플러스는 새로운 모습으로 ‘진화’해 유통 강자로 우뚝 서게 될 것이라고 강조했다.

글을 통해 자칫 불투명해 보일 수 있는 유통업의 미래 등 회사를 둘러싼 여러 상황에 대해 ‘소통’하고, 여러 과제에 대한 성공의 ‘확신’을 심어주겠다는



임일순 홈플러스 사장이 직원과 악수를 나누고 있다. /홈플러스

의지를 강하게 내비쳤다.

임 사장이 약 2만 4000명의 임직원들에게 직접 편지를 작성한 것은 최근 오프라인 유통시장 전반에 퍼져 있는 불황에 대한 업계의 부정적인 시선을 반전시키기 위해서다. 홈플러스의 현실과 비전을 제시해 직원들을 다독이고 다시 한번 힘을 내기 위한 소통의 리더십을 발휘한 것으로 풀이된다.

그는 “대표이사로 취임한 이후 20개월간 점포와 물류 현장, 본사 사무실에서 마주했던 임직원들의 노력에 그저 벅찬 마음이며 진심으로 머리 숙여 감사하다”고 운을 뗐다. 이어 “유통산업의 불확실성이 커진 작금의 상황은 전통 유통사업자들의 생존이 위협받는 위기”라며 “격한 경쟁 속에서 지속되는 매출 감소와 가파른 비용 상승으로, 유통산업 내 기업들

의 미래가 불투명해지는 시점에 서있게 됐음을 고백한다”고 말했다.

또한 대형마트를 압박하고 있는 요인이 유통 관련 규제만은 아니라고 지적했다. 그는 “가장 정확히 바라봐야 했던 건 바로 변화하고 있었던 고객과 더욱 크게 변화한 경쟁구도였다”면서 “최근 오프라인 유통업계의 위기는 이미 오래전부터 발아한 결과이며 문제의 핵심은 업체나 정책보다는 빠르게 변화하는 고객과 시장, 경쟁구도에 있었다”라고 진단했다.

임 사장은 이러한 위기 속에서 지난해부터 ‘선제적으로 준비하고 실행해왔던 과제’들이 홈플러스를 ‘차세대 유통의 지평으로 옮겨놓을 것’으로 확신한다며, 새로운 비전 실행의 과정에 지지치 말고 모두 함께 참여해 줄 것을 주문했다.

그는 ▲대형마트와 창고형 할인점의 강점을 융합해 오프라인 유통의 새로운 성장 모델을 제시하는 ‘홈플러스 스페셜(Homeplus Special)’ 확대 ▲전국 각 점포가 지역별 온라인 전용 물류센터의 역할까지 수행해 차별화된 배송 경쟁력을 극대화하는 ‘모바일 사업’에 전사적 집중 ▲복합쇼핑몰의 경험을 전국 유통 거점

으로 확대시키는 ‘코너스(Corners)’의 업그レード ▲신선과 먹거리를 중심으로 쇼핑 편의성을 높인 ‘홈플러스 익스프레스(Homeplus Express)’ 가속화 ▲미래 유통사업자의 절대적 신역량인 ‘데이터 강자’가 되기 위한 결단과 몰입 ▲온·오프라인을 막론하고 가장 강력한 역량으로 키울 ‘신선혁명’에 집중하는 것 등 총 6가지 경영과제를 제시했다.

실제 홈플러스는 지난해 6월부터 기존 대형마트와 창고형할인점의 장점을 결합한 ‘홈플러스 스페셜’ 전환작업을 이어 오고 있다. 현재까지 총 16개 매장을 전환 오픈한 홈플러스 스페셜은 오픈일부터 현재까지 매출이 전년 동기 대비 평균 20%에 육박하는 두 자릿수 신장률을 보일 정도로 고객들로부터 높은 호응을 얻고 있다.

끝으로 “모두가 하나되어 함께 할 때만이 우리가 원하는 바에 이르게 될 것”이라며 “다시 한번 모두가 마음 깊이 이야기할 수 있고, 서로를 믿고 격려하며 서로의 손을 따뜻하게 마주 잡기를 소중히 바란다”고 편지를 마무리했다.

/신원진 기자 tree634@